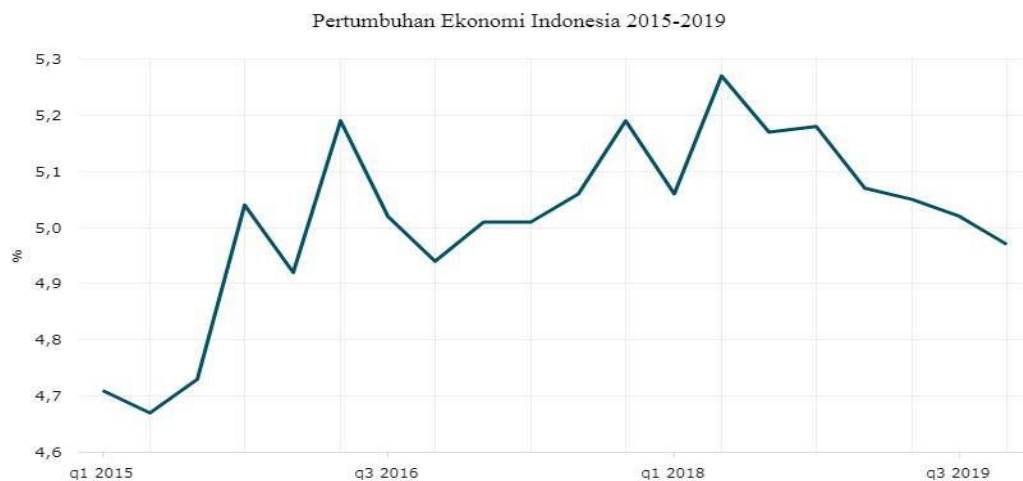


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi global dan kemajuan teknologi yang begitu cepat berdampak pada timbulnya persaingan usaha yang sangat ketat. Lingkungan yang kompetitif menuntut seluruh faktor dunia usaha untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar. Perekonomian merupakan sektor yang sangat fleksibel dan dinamis. Laju Pertumbuhan perekonomian Indonesia sedang melambat.

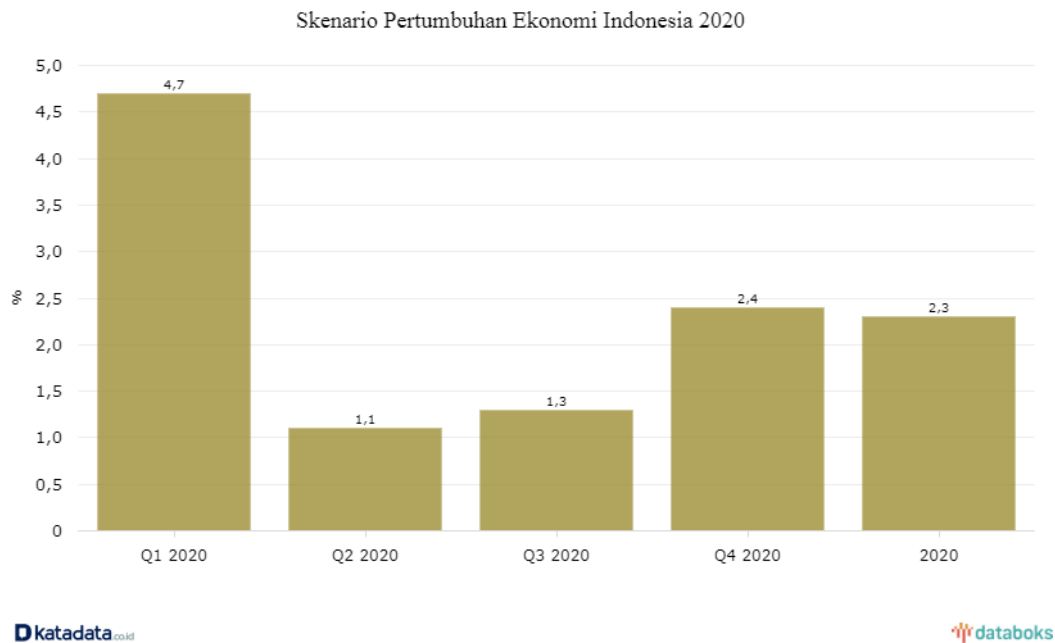


Gambar 2.1.1 : Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2015-2019

Sumber : databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data dari databoks, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal IV 2019 melambat sebesar 0,05% menjadi 4,97% dari kuartal sebelumnya yaitu kuartal III 2019 sebesar 5,02%. Pertumbuhan ekonomi memang sangat dinamis, pergerakannya cepat dan sering terjadi hal yang tidak terduga. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia

dipengaruhi oleh banyak faktor dan terikat dengan ekonomi global. Setiap terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi maka juga akan ada kenaikan.



Gambar 1.1.2 : Skenario Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020

Sumber: databoks.katadata.co.id

Pertumbuhan ekonomi Indonesia selalu fluktuatif dari masa ke masa. Kementerian keuangan merilis skenario pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020. Kementerian keuangan optimis bahwa walaupun di tengah *Pandemi Covid-19*, pertumbuhan ekonomi Indonesia akan tetap naik 2,3% setelah turun menjadi 1,1%.

Pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari tenaga kerja. Walaupun pertumbuhan ekonomi sangat naik dan turun tetapi kegiatan perekonomian harus tetap berjalan untuk memenuhi hajat hidup orang banyak. Sebuah perusahaan pasti menginginkan tenaga kerja yang sesuai standar dan kriteria untuk menunjang proses bisnisnya. Seringkali perusahaan lebih memilih untuk memberikan sebagian wewenang kepada perusahaan

lain untuk mengelola tenaga kerja perusahaan tersebut. Perusahaan yang menyediakan jasa mengelola tenaga kerja disebut dengan *outsourcing*.

Outsourcing adalah proses penyerahan wewenang dari sebuah perusahaan ke perusahaan lainya untuk mengelola tenaga kerja (Zhu et al., 2001). Kegiatan alih daya bukan merupakan hal yang baru. PT Sukses Persada Mandiri merupakan salah satu perusahaan *outsourcing* yang menyediakan jasa konsultan, rekrutmen, pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia. Menurut Greg (dalam Kontan.co.id, 2019) Indonesia memiliki banyak perusahaan outsourcing, namun masih fokus di Indonesia karena UU belum direvisi. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dapat meningkat karena tenaga kerja di Indonesia sangat banyak.

Oleh sebab itu PT Sukses Persada Mandiri harus menjalankan strategi pemasaran yang baik agar dapat unggul dari pesaingnya. PT Sukses Persada Mandiri menerapkan *direct marketing* sebagai strategi pemasaran dari jasa yang ditawarkan. Strategi penawaran langsung atau direct marketing yang dilakukan oleh PT Sukses Persada Mandiri bertujuan untuk mengenalkan jasa yang tersedia untuk meningkatkan kerjasama. Media pemasaran langsung yang diterapkan PT Sukses Persada Mandiri adalah dengan melalui social media, email, dan *telemarketing*.

Penerapan Direct marketing sangat bergantung dengan database customer yang dimiliki perusahaan. Pengelolaan basis data pelanggan yang baik akan meningkatkan kerjasama perusahaan. Maka dari itu penulis ingin menerapkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan kepada PT Sukses Persada Mandiri.

1.2 Pokok Permasalahan

Selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Sukses Persada Mandiri, penulis menemukan bahwa permasalahan yang terjadi pada divisi marketing sering disebabkan oleh *database customer*. Dimulai dari pengumpulan data sebelum penawaran dan pengumpulan data setelah *follow up* yang sering terdapat data ganda, proses *follow up* yang kurang efektif karena database tidak digital, sampai terhambatnya proses closing karena calon target yang terbengkalai. Padahal database customer yang diuat secara digital dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses promosi pada PT Sukses Persada Mandiri.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan praktik kerja magang di adalah agar penulis dapat memahami situasi dan kondisi di dunia kerja yang sesungguhnya. Sehingga, penulis dapat menerapkan teori yang telah dipelajari selama proses perkuliahan ke dalam dunia kerja. Selain itu, tujuan praktik kerja magang adalah agar penulis mengetahui pentingnya kegiatan marketing pada perusahaan. Praktik kerja magang ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk mengetahui perbandingan antara teori yang diajarkan dalam perkuliahan dengan praktik yang ada di lapangan.

Tujuan dari pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut ini :

1. Mengimplementasikan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan kedalam dunia kerja.
2. Mengetahui dengan nyata bagaimana penerapan strategi promosi *direct marketing* pada PT Sukses Persada Mandiri.
3. Menambah wawasan yang baru dan lebih luas melalui proses kerja yang dilakukan selama praktik kerja magang
4. Sebagai salah satu syarat kelulusan dari program pendidikan Strata-1 (S1) Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Multimedia Nusantara.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Kegiatan magang dilaksanakan pada:

1. Periode : 28 Januari 2020 - 30 April 2020
2. Jam Kerja : 08.00 - 16.00 WIB
3. Hari Kerja : Senin - Jumat (5 hari kerja)
4. Perusahaan : PT Sukses Persada Mandiri
5. Penempatan : PT Sukses Persada Mandiri, Cibodas, Tangerang
6. Unit Kerja : Customer Service Order

1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur pelaksanaan magang menurut ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Multimedia Nusantara dalam Buku Kerja Magang yang terdiri dari 3 tahap yaitu :

1. Tahap Pengajuan
 - a. Penulis mengajukan permohonan magang dengan mengisi formulir pengajuan magang sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi.
 - b. Surat pengantar dianggap sah apabila telah dilegalisir oleh Ketua Program Studi.
 - c. Ketua Program Studi menunjuk seorang dosen Program Studi yang bersangkutan sebagai pembimbing Kerja Magang.

- d. Penulis mengajukan usulan tempat kerja magang dengan dibekali Surat Pengantar Magang.
- e. Kerja magang dimulai apabila telah menerima surat balasan bahwa perusahaan yang dimaksud sudah disetujui dan diajukan kepada Koordinator Magang.
- f. Memperoleh Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Magang, Formulir Laporan Penelitian Kerja Magang.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Sebelum pelaksanaan magang, mahasiswa menghadiri perkuliahan magang yang bersifat petunjuk teknis magang dan penulisan Laporan Magang, termasuk didalamnya perilaku mahasiswa di perusahaan.
- b. Pada perkuliahan Kerja Magang, diberikan materi kuliah yang bersifat petunjuk teknis kerja magang dan penulisan laporan kerja magang, termasuk didalamnya perilaku mahasiswa di dalam perusahaan.
- c. Menemui dosen pembimbing yang telah ditunjuk oleh Ketua Program Studi Manajemen untuk pembekalan secara teknis. Kerja magang dilaksanakan dengan pembimbing lapangan, yaitu Bapak Stephanus selaku *Marketing Commucation & Promotion Head*.
- d. Mengikuti seluruh peraturan yang berlaku di PT Alam Sutera Realty Indonesia tbk. Khususnya di Suvarna Sutera.
- e. Pembimbing Lapangan mengisi formulir kehadiran kerja magang terkait kinerja mahasiswa selama melaksanakan kerja magang.
- f. Hasil penilaian yang sudah diisi dan ditandatangani oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dan surat keterangan yang menjelaskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan tugasnya, dikirimkan secara langsung kepada Koordinator Magang.
- g. Dalam menjalani magang, Koordinator Magang beserta Dosen Pembimbing Magang memantau pelaksanaan magang dan berusaha menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Pemantauan yang dilakukan baik secara lisan maupun tulisan.

3. Tahap Akhir

- a. Setelah magang di perusahaan selesai, temuan serta aktivitas yang dijalankan selama magang dituangkan dalam Laporan dengan bimbingan Dosen Pembimbing Magang.
- b. Laporan Magang disusun sesuai dengan standar format dan struktur Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara.
- c. Dosen Pembimbing memantau laporan final sebelum mengajukan permohonan ujian magang. Laporan Magang harus mendapatkan pengesahan dari Dosen Pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi.
- d. Dosen Pembimbing memantau laporan final sebelum mengajukan permohonan ujian magang. Laporan magang harus mendapat pengesahan dari Dosen Pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi. Laporan Magang diserahkan kepada Pembimbing Lapangan dan meminta Pembimbing Lapangan mengisi formulir pelaksanaan kerja magang.
- e. Pembimbing Lapangan mengisi Formulir Kehadiran Magang terkait dengan kinerja mahasiswa selama melaksanakan magang.
- f. Hasil penilaian yang sudah diisi dan ditandatangani oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dan surat keterangan yang menjelaskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan tugasnya, dikirimkan secara langsung kepada Koordinator Magang.
- g. Setelah melengkapi persyaratan ujian magang, Koordinator Magang menjadwalkan ujian magang.
- h. Menghadiri ujian magang dan mempertanggungjawabkan laporannya pada ujian magang.

1.4.3 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam laporan magang adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang penulis memilih topik integrated marketing communication pada Suvarna Sutera (member grup dari PT Alam Sutera Realty), maksud dan tujuan pelaksanaan magang, waktu dan prosedur pelaksanaan magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Membahas mengenai sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi dan landasan teori yang berkaitan mengenai pembahasan dalam laporan magang.

BAB III : PELAKSANAAN MAGANG

Membahas tentang pelaksanaan magang, jabatan penulis, mekanisme tugas yang dilakukan dan kendala-kendala yang dihadapi oleh penulis, serta solusi-solusi dalam menghadapi kendala tersebut.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Membahas mengenai kesimpulan selama pelaksanaan magang dan juga disertakan saran yang dapat membangun bagi perusahaan untuk kedepannya